

## 2025百事可乐CNY创意推广

- ◆ **品牌名称:** 百事可乐
- ◆ **所属行业:** 食品饮料
- ◆ **执行时间:** 2024.12.10-05.03
- ◆ **参选类别:** 种草营销类





# 项目概览：科技赋能的年味营销革新

2025年春节，百事可乐以“**地道年味有百事**”为主题，推出全域场景整合营销。项目聚焦**餐饮、民俗、下县、礼赠、出行**五大春节消费高频场景，融合**AI、NFC、小程序等技术**，以内容互动为抓手，推动品牌心智渗透、用户参与裂变、门店销售增长，实现“**创意+科技+渠道**”三维突破。

**实现家乡年味、地道门店与百事CNY营销推广三者融合**

通过平台、线下、在线一体化整合营销，引导、推动消费者

**最终达成品牌、餐饮门店、消费者三方共赢**





**目标与挑战：如何玩出“地道年味”的创新**

传统年节营销同质化严重，百事可乐需破局：

年轻人年味认知模糊，如何用科技将品牌&用户情感强关联？

海量品牌争抢CNY注意力，如何用科技创造“记得住的互动”？

营销链路割裂，如何打通线上传播与线下转化闭环？

需要打造“有参与感”“有技术感”的CNY新体验



**核心洞察**

洞察关键词：春节趣味仪式感、数字互动新习俗

春节情绪趋势

团圆、互动、分享

春节仪式感  
数字互动

年轻群体  
习惯

社交玩法、短视频、AR体验



# 营销目标：品牌心智打造“地道年味有百事”的场景占位

## 打通线上线下场景 以数字技术推动品牌私域活跃、提升消费转化效率

春节流量聚合，让品牌热度聚拢  
当家乡百味遇见百事榜单  
吸引用户到店打卡消费

B端

使参与活动的餐饮门店  
**得以讲出自身故事**  
构建独特的品牌影响力

百万级KOL探店引流

重点门店定制包店

美食江湖的榜单  
前置位置

延续百事江湖主题  
打通在线传播引流线下管道通路  
实现对消费者的引流门店作用

C端

精准满足用户家乡年味情结  
激发用户分享个性化  
百事年味新体验

在线趣味互动新体验

有奖裂变引导传播

噱头大奖撬动参  
与热情

结合各端平台资源  
多形式互动和多样式内容输出  
引导流量进入小程序

平台

利用各方资源配置造势  
启动用户多平台互动流转  
促成流量转化

小程序

抖音

小红书

视频号

公众号



## 创意策略总览：科技技术赋能体验触点

### 实现从“买饮料”到“玩饮料”的全链路转化



## 互动板块亮点展示

送礼送百事 好礼一起赢  
满减优惠 | “金喜”大奖 | 转发裂变



地道年味有百事  
百事美食竞猜 赢惊喜大奖



碰杯仪式 多场景互动  
百事碰杯 碰出惊喜好礼



美食江湖AI笔记  
点评笔记轻松写





## 创意执行一：领券购礼盒，现金大礼等你赢



抽奖入口



进入首页



获得奖品



一等奖  
88元现金红包



二等奖  
8.8元现金红包



三等奖  
0.8元现金红包

领券购礼盒参与活动抽  
“金喜”大礼，助力销售

领券购买百事礼盒后即可抽取现金大礼。



## 创意执行二：百事美食竞猜，猜地道招牌菜

两面台卡- 美食竞猜展示



百事CNY主页



百事美食竞猜主页



足不出户  
探店地道招牌菜



可从百事CNY主阵地进入参与，选择不同餐饮门店，根据线索竞猜答案，提交即出结果及奖品。

到店就餐扫一扫  
猜迷赢惊喜大奖



合作门店台卡物料扫码进入参与当前定位门店竞猜互动，根据线索竞猜答案，提交即出结果及奖品。



## 创意执行三：百事碰杯仪式 多场景互动 碰出惊喜好礼

### 百事碰杯 碰出惊喜好礼



打开手机“NFC”  
功能，轻触装置  
logo

手机调起微信  
自动打开开奖  
动效画面

用户获得奖品





## 创意执行四：美食江湖AI笔记轻松写

两面台卡- NFC展示



AI引导用户选择撰写标准



## 手机“NFC”轻触 百事专属台卡调起AI

点评笔记内容想不到？轻触台卡打开AI，选择  
笔记诉求，生成内容，复制粘贴发布笔记。

 把乐带回家 小程序主会场闭环:引导、转化、留存一体化 

自研小程序“百事乐享生活+”贯穿活动核心链路，实现领券购礼、互动打卡、AI笔记发布、中奖抽奖等功能集成，完成营销-内容-转化的技术闭环。



### 地道年味有百事推荐门店地图

展示各行销重点合作门店简介，包括门店名称、地址、餐饮品牌故事，点击可供用户查看。

热话题：百事美食竞猜 赢惊喜大奖  
结合“百事美食江湖”做合作门店招牌菜竞猜抽奖，趣味互动造竞猜话题。

### KOL/KOC探店打卡内容视频

展示各行销邀请的KOL/KOC探店内容视频及合作餐饮门店相关活动内容视频，由各行销从后台上传



## 效果&反馈

**把乐带回家** 品效合一的技术系统胜利的重构

百事可乐

平台曝光：超1亿+总流量覆盖    门店引流：平均门店销售增长25%+    用户参与：竞猜互动参与率达60%+

UGC内容：累计产出笔记3万+，互动点赞转发破百万

效果&反馈



## 行业价值：一次春节营销范式的重构



百事可乐 CNY 创意推广方案以科技创新为引擎，深度激活产业活力，取得显著实效。项目上线期间，全网累计曝光超 2 亿，成功汇集上海 + 苏南 100 家江湖商户，品牌影响力与市场覆盖实现质的飞跃，通过小程序多元互动与私域流量运营，有效提升用户参与度与品牌粘性，为产品销售转化提供强劲动力。

在行业引领层面，项目构建的“跨平台整合营销 + 场景化私域运营”模式，为数字广告行业提供可复制的创新样本。其 AI、NFC 技术融合的互动玩法，以及品牌、商家、消费者三方共赢的盈利路径，推动行业向技术驱动、体验升级的方向转型，激发产业创新活力。

于区域经济发展而言，项目通过 5 大核心场景的深度渗透，带动餐饮、零售等线下商户客流显著增长，激活区域消费市场。品牌与地方特色美食、民俗文化的融合，在促进消费的同时，助力家乡年味等传统文化传播，实现经济效益与文化价值的双重提升，为区域经济发展与文化传承注入新动能。